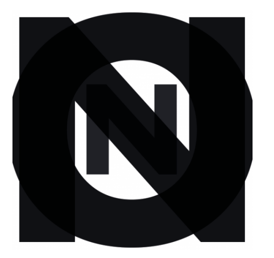
☰



ACHIM SZEPANSKI 2024-02-12

TAYLOR SWIFT EXISTIERT NICHT

BIOPOLITICS, GOSSE KULTURINDUSTRIE, LEBENDE MÜNZE, MUZAK, POP

"Sie ist größer als Elvis, größer als die Beatles, größer als Gott. Sie hat sich selbst auf einem Jet aus reinem zuckerhaltigem Americana in jede stille Ritze der globalen Kultur geschossen." (Sam Kriss). Erst als der bildlose Gott tot war, konnte er sich in multiplen Bildern verlieren. Über die Bilder hinaus war es nun möglich, von Visiotypen zu sprechen, von Bildern der Welt, die bestimmte Modelle aufrufen, die für den Konsumenten einen symbolischen Gehalt haben. Jede Simulation ist jetzt größer als Gott. In Zukunft wird vielleicht jeder das Vergnügen haben, eine Viertelstunde mit Taylor Swift auszugehen, aber man wird sie nur in Zellophan verpackt treffen. "Wenn deine Nummer aufgerufen wird, werdet ihr zusammen essen gehen, und sie wird durchweg höflich sein, nicht eisig, nicht einmal distanziert, aber du wirst wissen, auf einer instinktiven Ebene wirst du wissen, dass diese Kreatur völlig asexuell ist, alibisinös, ein

synthetisches Produkt, das in einer sterilen Anlage hergestellt wurde." (Sam Kriss) Sie ist nicht jene grausame Frau, von der Baudrillard sprach, der ein Mann einen Liebesbrief geschrieben hat und die ihn dann fragt: "Welcher Teil von mir hat dich am meisten verführt?" Er antwortet: "Deine Augen", woraufhin er das Auge, das ihn verführt hat, in einem Päckchen erhält. "Welche Schönheit und Kraft liegt in dieser Herausforderung – verglichen mit der Plattitüde des Verführers. Aber auch die teuflische Natur dieser Frau, die sich sogar an dem Wunsch, verführt zu werden, rächt: Heimtücke gegen Heimtücke, Auge um Auge: Nie hat eine Strafe eine so brutale Form angenommen wie dieses skrupellose Geschenk. Sie verliert ein Auge, er verliert das Gesicht." Nein, das ist nicht die Sache von Taylor Swift als Medienstar. Ihre Songs handeln von rührenden Trennungen und traurigen Ex-Freunden. Aber wenn eín Mann sich in sie verliebt, wird sie sagen: "Nice to meet you". Ein Satz, für den sie das Copyright hat.

Taylor Swift ist keineswegs dumm. Sie weiß genau, dass es bei den Hyper-Promis von heute nur um das Derivat geht. Beim Kapital in allen Formen geht es heute um Spekulation und Derivate, und in diesem Zusammenhang ist der privilegierte Status nicht einfach der des Besitzers, sondern der des Besitzers des Vermögenswerts mit der vermeintlichen Fähigkeit zu exponentiellem Preiswachstum. Swift weiß, dass die Preise des jungen Mädchens so hoch sind, weil ihre Werte niedrig beginnen. Deshalb verkündet sie ihren weiblichen Fans Tag für Tag, sei du selbst. Jeder trägt heute sein eigenes kleines Lebensschema, seine Lebenserwartung und sogar einen Lebensvertrag in der Tasche und hat damit scheinbar einen sozialen Anspruch auf eine bestimmte Lebensqualität. Das Kapital fügt dem die imaginäre Wahnvorstellung als Ergänzung hinzu, sich ganz mit seinen individuellen Lebensinteressen identifizieren zu können, um sich zum kapitalistischen Buchhalter des eigenen Lebens zu machen. Die imaginäre Macht ist aber nicht nur als Form des Überlebenswillens in das Subjekt eingeschrieben, sondern realisiert sich als ökonomisiertes Hyperrealitätsprinzip, dessen erfolgreichste Anwendung darin besteht, die bestenfalls finanzialisierte Arbeit in den Lebensentwurf zu integrieren, der wiederum durch die Arbeit durchbuchstabiert wird, die nun auf Teufel komm raus sozial und kreativ sein muss. Der für die Arbeit erhaltene Lohn bzw. der erzielte Ertrag muss natürlich wieder ausgegeben werden, was im Konsum nur eine weitere Form der Arbeit freisetzt. Aber auch das kann eine Illusion sein. Die manische Liebe des Konsummädchens zu Swift und die Besessenheit von dieser Frau zeugt nicht nur von mangelndem Verlangen, sondern mit jedem Rauswurf eines Teils ihres kläglichen Geldes wird dem Konsummädchen klar, dass sie verlieren wird. Am Ende gibt es nur die Bestätigung einer Gegenseitigkeit, zu der der Unmittelbarkeitsstil einlädt. "Ich bin's!" Die Versionen der Affirmation reichen von der Anhäufung von Likes in den sozialen Medien bis zur universitären Aufsatzpädagogik, von der Erzeugung von "Ich fühle mich gesehen"-Mantras bis zur industriellen Selbsthilfe. Es ist eine verwässerte Version der Anerkennung, der letzte Vektor des Liberalismus, der Kämpfe um Macht und Ressourcen in Kämpfe um Respekt und Identität umlenkt.

Das "Reden über alles", das wie ein Gewitter über das Massenpublikum hereinbricht, ist eine besondere Form der Gefräßigkeit und überlebt durch permanente Abschweifung. Es mutiert zu etwas Gespenstischem. Wir befinden uns auf einem flachen, horizontalen Terrain, wo einst Berge waren. Die dritte Person, sei es der Verräter, der Parasit oder der Bote, ist verschwunden oder äußert sich nur noch in der ersten Person. Aber es ist nicht mehr möglich, den Millionen von Selfie-Gesichtsausdrücken irgendetwas zuzuordnen. Je mehr

Techno eine Modulation von Maschinen ist, desto mehr verlangen seine Konsumenten nach dem Selfie-Gesicht namens DJ. Aber um den Neo-Pop-Star zu sehen, müsste er sein Gesicht in einen Liquidator tauchen. In diesem Moment könnten Produzent und Konsument vergessen zu atmen, als ob die Luft sie nicht mehr bräuchte. Nicht nur von diesem Ende, sondern vom Ende von allem wird es Filmmaterial geben, das wir schon jetzt sehen, und dessen hervorstechendstes Merkmal seine offensichtliche Unfähigkeit ist, einen Schluss zu ziehen. Vielleicht wird es irgendwann nur noch das Filmmaterial geben und niemanden mehr, der es sich anschaut, was natürlich der Witz ist; aber die Light-Version, der Pop, der absurderweise immer mehr verlangt, wird immer sein Publikum finden, denn was ist das anderes als unsere eigene Langeweile angesichts des Spektakels dieses unendlichen Endes.

Die Menschheit ist so gelangweilt von sich selbst, dass sie Popmusik wie ein Erfrischungsgetränk benutzt, um zu hören, was sie tut, die Masse der Lieder ist gigantisch, die Ausbeute langweilig, vorhersehbar, erbärmlich. Die Konsumenten nicken es ab. Es ist, als würde man Milliarden von Metronomen beobachten, die durch das Wissen, dass jedes einzelne von ihnen denkt, es sei lebendig, nicht weniger, sondern mehr ermüdend sind. Die Verbraucher ernähren sich von Taylor Swift, Instagram und Pornos, wie ein Tiefseeschwamm, der sich vom Plankton der simulierten Sozialität ernährt, das von oben herabrieselt. Ihre mörderische Agonie besteht darin, dass sie insgeheim vollkommen zufrieden sind. Stellen Sie sich das Wahre vor, das die ganze Energie des Falschen aufgesaugt hat: Das ist die Simulation. In ihr verschwimmen die Neo-Pop-Stars wie Wasser in Wasser, das verschwindet. Und der Konsument baut sich ein Haus mit Pop im Fahrstuhl, passt sich der Realität an und wird am Wochenende vom Unbehagen des Vagabundierens heimgesucht, als ob er eine Chance verpasst hätte. Das Ende der Geschichte ist ein Besuch im Club. Die virtuelle Musikwelt ist neurotisch bis hin zur Implosion.

Das Schicksal des Musikkonsumenten ist es, mit seiner Umgebung zu verschmelzen, real oder virtuell, zu verschwinden, ohne es zu spüren, für immer so weiterzumachen, weil die Langeweile dem Leben vorausgeht – die Langeweile als klingendes Leichentuch einer maßgeschneiderten Unsterblichkeit. Die Verbraucher sind die Eschatologie der Nichtexistenz des Todes. Wir sind Affen, die ihre Greifschwänze einer neuen Verwendung zugeführt haben: Ohne unsere Angst vor dem Absturz brauchen sich die Schwänze nicht mehr an die Welt zu klammern, stattdessen wickeln sie sich um unsere Kehlen und töten uns mit Musik, die nicht mehr von dem zu unterscheiden ist, was ohnehin keine Musik ist.

Die Verdichtung des überkommunizierten Sozialen erliegt dem gleichen Schicksal wie amerikanische Soßen, bei denen die natürliche Würze herausgefiltert und der Geschmack in Form von künstlichen Aromen und konservierenden Zusatzstoffen neu synthetisiert wird. Das Soziale wird gefiltert, um seine Synthese in der überflüssigen Fülle verschiedenster therapeutischer Soßen zu finden, in denen wir herumschwimmen – eine unsichtbare Programmierung, die dem Vergnügen als anorganisch krebsartiger Soziosphäre von Kontakt, Kontrolle, Überredung, Meinung und Standpunktverteidigung zum Opfer fällt. Die weißpornographische Hyperrealität, deren Dichtematrix durch die adipöse Struktur des Feedbacks immer mehr verdichtet wird (bis sie platzt?), lässt jeden Gedanken an eine sinntragende Struktur verschwinden. Der marktorientierten Vermehrung von Geschmacks- und Essgewohnheiten durch die Vermehrung konkurrierender Produktangebote entspricht

die Vermehrung von Meinungsgewohnheiten durch die Vermehrung von Medienangeboten. Wie Taylor Swift.

Letztlich hat sich eine Geschmacksmasse herausgebildet, die mit ihren kontrastierenden und differenzierenden Bezügen – man denke an broken und chic – die letzten Klassenkulturen sowohl auf dem Bildschirm als auch bei Massenveranstaltungen nivelliert. Im besten Fall wird jeder Teilnehmer der Masse zum Geschmackspolizisten des anderen, wobei die Spezifik des jeweiligen Geschmacks (Ordnung der Phantasien zwischen Privatem und Öffentlichem, wobei letzteres strukturbildend ist) anerkannt bleibt, und genau das ist es, was den Massengeschmack ausmacht. Allerdings ist dies nicht mehr der Geschmack einer sozialen Klasse oder Gruppe, sondern der Geschmack wird letztlich als Textur durch serielle und simulative Massenproduktion hergestellt. Auf der einen Seite werden Luxusgüter irgendwann als Simulation bei Aldi erhältlich sein, auf der anderen Seite wird Junk Food früher oder später zur Delikatesse werden oder diese zumindest simulieren. Im Zeitalter der Simulation, des Bilderrausches und des Massentourismus kann keine Elite mehr ihren Geschmack völlig exklusiv halten und gleichzeitig öffentlich inszenieren, sondern es ist fast schon ein Privileg der Masse, dass ihr Geschmack zugeschrieben wird, zum Beispiel im Tourismus. Die Reisesituation simuliert heute Disneyland bis hin zum Totalitarismus, wie in Venedig, so dass man kitschiger von der Reise zurückkehrt als man losgefahren ist. Die Reise im Massentourismus ist eine Reise in den Kitsch. Der Tourist besetzt Strände in aller Welt, um eine Mischung aus Dauerbesäufnis, Orgie und Kindergeburtstag zu feiern, unterbrochen von den protestantisch-kapitalistischen Formen des Nichtstuns, wie Kreuzworträtsel lösen, Postkarten schreiben, Souvenirs kaufen oder relaxen. So wird selbst im Urlaub die Gewohnheit zum eigentlichen Vergnügen. Andererseits will die Elite den Massen immer noch mangelnden Geschmack vorwerfen, weil sie den exklusiven Genuss ignorieren oder nicht kennen, kommt aber nicht umhin, zuzugeben, dass man heute aus Zeit- und Phantasiemangel seine geschmacklichen Inspirationen vielleicht aus den Ghettos der Subkultur beziehen muss.

Hören Sie auf Eldrich Priest: “Unsere Gesellschaft ist also kein Verdauungssystem – ein Kontemplationskomplex -, sondern “ein Kanal, durch den die Empfindungen fließen, um ausgeschieden zu werden, ohne verdaut zu werden” (110). Die Ablenkung der Unterhaltung ist die systematische Überwindung des Zögerns, das das Bewusstsein ist, und diese Überwindung ist der Grund dafür, dass “die Empfindung ohne Hindernisse hindurchgeht” (110). Diese Art von Empfindung, die frei fließende Art, ist im Wesentlichen reine “Information” – oder, genauer gesagt, sie ist eine bloße Fluktuation in der Kraft des Seienden, die sich weigert, in etwas Ausführlicherem als der Erfahrung ihres eigenen Auftretens Ausdruck zu finden. Aus diesem Grund behauptet Flusser, dass unsere “eine Gesellschaft von [Empfindungs-]Kanälen ist, die ursprünglicher sind als Würmer: In Würmern gibt es Verdauungsfunktionen” (110). Wo es nur Input und Output gibt – Empfindung als Information – gibt es nur Schlucken und Scheißen: kein Gedächtnis, keine Verdauung, keine Sammlung von Bewusstsein in einem Unterschied, der einen Unterschied macht. Da ein Wurm keinen Ablenkungsapparat hat, verliert er die Reinheit der Empfindung an die Bürokratie seines lebenden Organismus. Für einen Wurm tritt die Empfindung in eine fortschreitende Matrix vitaler Aktivität und Tendenzen ein, wo sie sich in bereits etablierte Kreisläufe mit mehr oder minder ausgeprägter Funktionalität einspeist.”

Und als Symptom gewinnt eine Taylor Swift das Rennen um die Gunst des Publikums. Sam Kriss schreibt in einem Blogbeitrag:

"Das ist es, was Taylor Swift von all den anderen weißen Popstars ihrer Kohorte unterscheidet, den Katy Perrys und Miley Cyrus, die ihr vor einem Jahrzehnt ebenbürtig waren und die, wer weiß, vielleicht sogar noch irgendwo am Leben sind: Im Gegensatz zu ihnen hat sie sich nie sexualisiert. Die anderen taten gehorsamst alles, um sich begehrenswert zu machen, in der Annahme, dass Begehren eine unbegrenzte Ressource sei: Das ist sie nicht. Sie werden bemerkt haben, dass die Fans von Taylor Swift nicht in der Lage sind, zu erklären, was sie eigentlich an ihr mögen. Außer, dass sie ihre eigenen Texte schreibt, dass alles so persönlich und nachvollziehbar ist, dass sie so sehr sie selbst ist. Aber die Steine, die sich still im Raum drehen, sind auch sie selbst. In diesem Jahr berichteten die Medien, dass Menschen, die Taylor Swifts Eras-Tour live gesehen hatten, von einer seltsamen, lokal begrenzten Amnesie befallen wurden: Nach dem Konzert stellten sie plötzlich fest, dass sie sich an bestimmte Dinge, die passiert waren, nicht erinnern konnten. Sehr beängstigend! Die BBC schaltete einen Psychologen ein, der erklärte, dass diese Amnesie durch zu viele überwältigende Reize in zu kurzer Zeit verursacht wird, als dass das Gehirn sie richtig verarbeiten könnte. Das ist offensichtlich Pop-Psychologie von einer Person, die keine Ahnung hat, wie ein Gehirn wirklich funktioniert. Nein: Du erinnerst dich nicht an bestimmte Ereignisse des Konzerts, weil es keine bestimmten Ereignisse gab.

Ich glaube nicht, dass die Incels ihren eigenen Zustand jemals angemessen beschreiben können, denn ihr Zustand ist eine Maske, die verschleiert, worum es wirklich geht. Genauso wenig glaube ich, dass ein Swiftie jemals hoffen kann, sein Idol angemessen zu verstehen. Taylor Swift ist die formlose Krise der Gegenwart und die Leere, über die alles gesponnen wird".

Taylor Swift ist die Hyperrealität des Influencers. Sie IST der Look. Der Look bei Baudrillard inhaliert nicht mehr den Narzissmus, sondern stellt eine offensive Selbstdarstellung als Videobild dar, eine Art Egoismus, der mit seinen bebilderten Selfies alle möglichen Formen von Individualitätsprogrammen ins Spiel bringt, die das Ich nicht nur als postkreativen Produzenten, sondern vor allem als Endverbraucher der sozialen Medien ausweisen. Man könnte dies auch als einen selbstoptimierenden existenziellen und normalisierten Striptease (keinen sexuellen, erotischen oder niedlichen) bezeichnen. Aber auch das stimmt nicht. Sie IST Simulation als solche. Alle Energie des Falschen (Phantasma usw.) wird von ihr sofort absorbiert und verschwindet in der ruhigen See, ohne Blasen zu hinterlassen. In gewisser Weise kann man nur sagen, was sie nicht ist. Kein Phantasma, keine lebende Kurrenie, kein traditioneller Star (Klossowski).1 Sie ist kein depressiver Mensch, sie ist die Coke Zero der Popmusik. (Anthony Galluzzo)

Sicherlich ist sie, wie Freddie deBoer schreibt, eher ein Problem des Konsumenten als von Swift selbst:

"Sie ist eine der am reichsten belohnten und privilegiertesten Personen, die jemals auf diesem Planeten gelebt haben, und die Grundhaltung unserer Kulturindustrie ist, dass wir uns schämen sollten, dass wir nicht mehr getan haben, um sie zu verherrlichen. Das ist Wahnsinn. Und dennoch scheint niemand auf diesen Wahnsinn hinweisen zu wollen, ich vermute stark,

weil sie sich nicht auf der Abschussliste dieser unergründlich leidenschaftlichen Fans wiederfinden wollen. Aber irgendjemand muss darauf hinweisen, dass das fünfmonatige Anstehen für Konzertkarten keine charmante Geschichte aus dem Bereich des menschlichen Interesses ist, sondern eher ein Beleg für ein gestörtes und zutiefst ungesundes Verhalten. Eine zweite Hypothek auf sein Haus aufzunehmen, um Konzertkarten zu kaufen, ist kein süßes Zeichen von Hingabe, sondern ein Beweis für eine parasitäre Bindung, die nur zu langfristigem Unglück führen kann. Und ich vermute, dass viele andere Menschen genauso empfinden, sich aber nicht trauen, es zu sagen."

1) In einem weiteren Schritt kann nach Klossowski die Verwandlung des Prominenten oder des Stars (den Klossowski als Industriesklaven bezeichnet) in lebendiges Geld genauso verstanden werden wie die marxistische Verwandlung des Goldes in Geld, wobei das Gold als Geld allen anderen Waren ausschließlich entgegengesetzt ist, indem die Waren ihren Reichtum in ihm ausdrücken; gleichzeitig muss der Star zum Zeichen des allgemeinen Reichtums werden, wobei er weiterhin Teil des Lohnsystems bleibt. Der nächste, entscheidende und zugleich denkbare Schritt wäre nun, dass der Stern die auf ihn gerichtete allgemeine Erregung, die sich in zahlungsfähiger Nachfrage ausdrückt, zu nutzen weiß, um sich an die Stelle des Geldes zu setzen, genauer gesagt, das allgemeine Äquivalent (Geld) selbst zu verkörpern, wodurch der Stern tatsächlich zu einer lebendigen Münze mutieren würde. Aber Gold ist an sich wertlos, es ist das Geld, das dem Gold Wert verleiht, das es wertvoll macht. So ist es nicht verwunderlich, dass Klossowski schließlich wieder vom Geld als Zeichen spricht. Er schreibt: "Als 'lebendiges Geld' ist die Industriesklavin zugleich ein Zeichen, das Reichtum garantiert, und dieser Reichtum selbst. Als Zeichen steht sie für alle Arten von materiellem Reichtum, aber als Reichtum schließt sie jede andere Nachfrage aus, wenn es nicht die Nachfrage ist, deren Befriedigung sie repräsentiert. "16 Im Gegensatz zum Industriesklaven wird das lebendige Geld also direkt den Status des Zeichens beanspruchen, ja es wird das Zeichen direkt verkörpern, und indem es das tut, verkörpert das lebendige Geld nicht nur das Zeichen des abstrakten Reichtums, sondern repräsentiert mit seinem Körper auch den Reichtum selbst. Solange der Star jedoch nur dazu dient, den Preis für irgendwelche Waren (Sonnenbrillen, Schuhe, Fernsehprogramme, Zahnpasta usw.) zu erhöhen, bleibt er das, was Klossowski einen "Industriesklaven" nennt. Da der Star jedoch das Ziel der Begierde der Massen bleibt, repräsentiert er immer noch den konkurrenzlosen Reichtum und kann sich somit, zumindest potenziell, als lebendes Geld etablieren. Geld und Stern konvergieren also in der reinen Semiotik (des Geldes), dem Zeichen eines leeren Phantasmas, das alles und nichts repräsentiert.

Gleichzeitig repräsentieren sowohl Geld als auch Stern den Wert als Leerstelle, die hier als völlig willkürlich/virtuell zu verstehen ist. Und darauf zielt auch Klossowskis willkürlicher/virtueller Wert qua Geld in dem Buch "Die lebende Münze", der wie ein Phantasma auf ein anderes Phantasma antwortet. Für Klossowski ist das Wert-Geld-Phantasma der bessere Begriff als der Warenfetisch, die beide alles andere als subjektive Illusionen enthalten, sondern rein objektiv zu verstehen sind, auch im Sinne dessen, wie die Objekte dem Konsumenten tatsächlich erscheinen, nämlich mit einer Macht/Magie, d.h. mit Phantasmen ausgestattet, die nicht nur darauf beruhen, auf andere Phantasmen, die des Begehrens, zu antworten, sondern diese in ihrer ganzen Undurchsichtigkeit für das Subjekt zu entsorgen. Und es ist genau diese Macht, die nun das lebendige Geld ausnutzt, um an die Stelle des

toten Geldes zu treten. Und wenn die Preise nun weitgehend vom Wert der Ware qua abstrakter Arbeit abgekoppelt sind, wie es heute unter anderem bei Markenartikeln der Fall ist, und die Preise also rein durch die Zahlungsbereitschaft der marketing- und werbefreudigen Kunden mutieren, dann scheint es nur folgerichtig, Pierre Klossowskis Aussage zuzustimmen: "In der Welt der industriellen Produktion ist nicht mehr das, was von Natur aus frei zu sein scheint, attraktiv, sondern der Preis dessen, was von Natur aus frei ist. "Klossowski spielt damit nicht in erster Linie darauf an, dass die Konsumenten heute bereit sind, extrem hohe Preise für den Image- oder Informationswert eines Produktes zu zahlen, sondern darauf, dass der Preis für Körper/Lust/Sex/Emotionen steigt, zumal nicht jeder die Mittel hat, einen Körper für den Geschlechtsverkehr zu mieten.

deepl.